



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

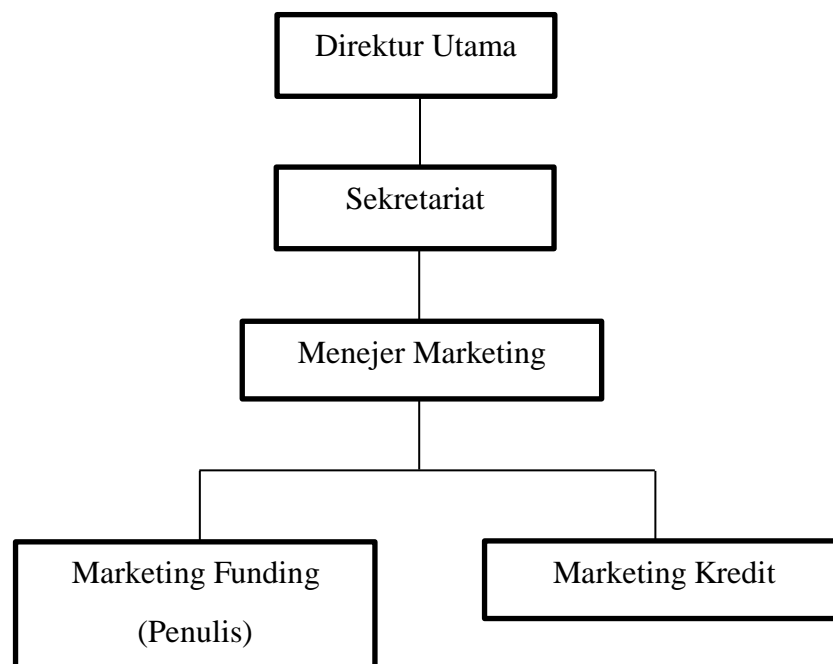
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan proses kerja magang di PT. BPR Akasia Mas sebagai divisi *marketing* dan di tempatkan pada bagian *marketing funding*. Kegiatan *marketing funding* dilakukan di kantor dan turun langsung ke lapangan dengan bimbingan Ibu Nina. Dalam proses magang ini, tugas utama penulis sebagai *marketing funding* adalah mencari calon nasabah baru untuk membuka atau melakukan tabungan deposito berjangka. Selain itu penulis juga melakukan aktivitas pemasaran lainnya untuk meningkatkan promosi PT. BPR Akasia Mas.

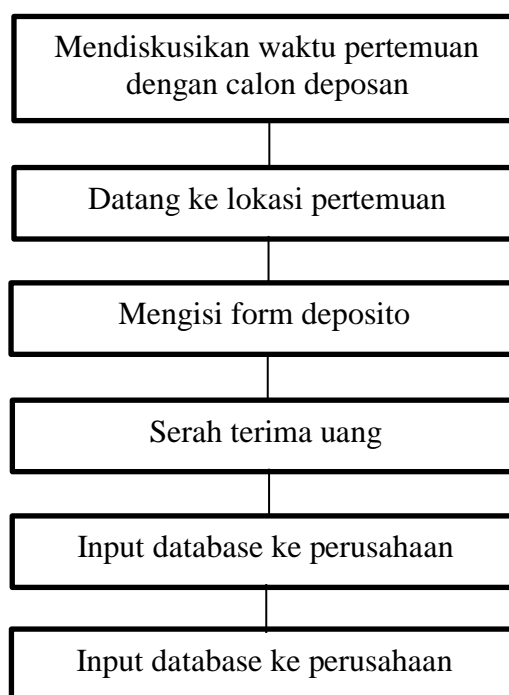


Sumber : Data perusahaan, 2019

Gambar 3 1 Struktur Organisasi dan Kedudukan Penulis

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama proses magang, penulis memiliki tugas utama yang harus dikerjakan yaitu sebagai *marketing funding*. Pada kegiatan ini, penulis diberikan arahan untuk pertama kalinya bagaimana cara untuk mencari calon nasabah baru, dari proses tahap awal pengenalan hingga proses tahap akhir.



Sumber : Data perusahaan, 2019

Gambar 3 2 Alur Pekerjaan Utama Penulis

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

1. Mengirimkan *Curriculum Vitae* ke Perusahaan

Untuk memulai praktik kerja magang, penulis memberikan *Curriculum Vitae* dan transkrip nilai kepada PT. BPR Akasia Mas pada tanggal 2 Agustus 2018. Penulis mendapatkan lowongan

internship dari teman bahwa PT. BPR Akasia Mas menerima lowongan praktek kerja magang atau *internship* di perusahaannya.

2. Mendapatkan Panggilan Telepon

Pada tanggal 6 Agustus 2018, penulis mendapatkan telepon dari Ibu Ratna yang berada pada divisi HRD PT. BPR Akasia Mas. Beliau ingin mengundang penulis untuk menghadiri *interview* pada tanggal 7 Agustus 2018. Pada hari yang sama, penulis menerima undangan *interview* resmi dari Ibu Ratna sebagai perantara resmi antara perusahaan dengan penulis.

3. Tahap *Interview*

Penulis datang ke PT. BPR Akasia Mas yang berada di BSD City dan diarahkan langsung oleh Ibu Ratna ke ruang meeting. Selanjutnya penulis melakukan *interview* oleh Ibu Ratna selaku divisi HRD PT. BPR Akasia Mas. Pada proses *interview*, penulis diberi beberapa pertanyaan seputar pengetahuan mengenai marketing di dalam dunia perbankan. Selain itu, Ibu Ratna juga memberi gambaran mengenai pekerjaan-pekerjaan yang dikerjakan di dalam divisi marketing.

4. Tahap Penerimaan

Penulis mendapatkan jawaban dari pihak HRD PT. BPR Akasia Mas pada hari itu juga, dan penulis diterima di bagian *marketing funding* sejak periode 8 Agustus 2018 hingga selesai.

5. Tahap *Briefing*

Pada tanggal 8 Agustus 2018 penulis masuk kerja untuk pertama kalinya. Sebelum melakukan pekerjaan yang akan dikerjakan, penulis terlebih dahulu memperkenalkan diri dengan para karyawan dan juga dikenalkan oleh Ibu Ratna selaku HRD PT. BPR Akasia Mas mengenai suasana lingkungan di kantor. Setelah berkenalan dengan seluruh karyawan, penulis dikenalkan oleh Ibu

Nina mengenai pekerjaan yang akan dikerjakan selama melakukan praktik kerja magang di divisi marketing.

6. Implementasi Kerja Magang

Saat penulis pertama kali menjalani praktik kerja magang, penulis langsung diberi arahan atau pekerjaan yang akan dilakukan selama menjalani praktik kerja magang. Pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama praktik kerja magang ada membantu divisi marketing untuk melakukan beberapa pekerjaan.

3.3.2 Tugas Awal

Tabel 3 1 Tabel Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Kendala yang ditemukan	Solusi Atas Kendala	Hasil	Koordinasi
1.	Memberikan data nasabah atau alamat nasabah kepada kurir untuk mengirimkan surat-surat penting	Surat tidak sampai ke alamat yang tertera dan surat kembali lagi ke kantor.	Penulis melakukan update data terbaru dengan cara menelepon para nasabah dengan menanyakan alamat tempat tinggal saat ini dan alamat pekerjaan nasabah saat ini.	Data nasabah menjadi lebih <i>ter-update</i> , pengiriman surat menjadi baik dan terkendali	Ibu Ratna
2.	Melakukan penulisan slip pembukuan secara manual	-	-	-	Ibu Ratna

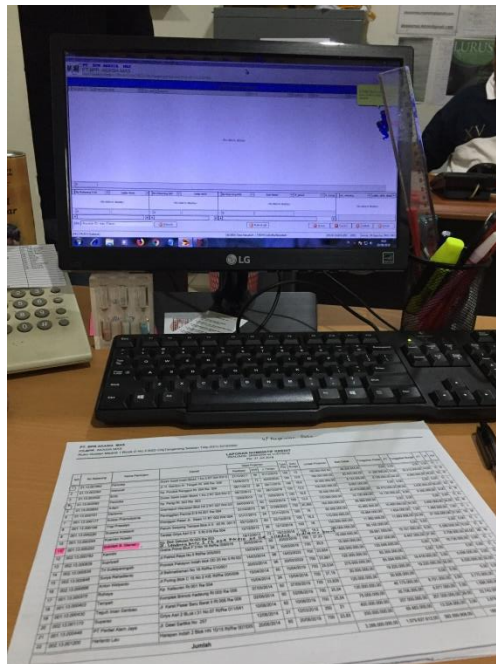
No.	Pekerjaan	Kendala Yang Ditemukan	Solusi Atas Kendala	Hasil	Koordinasi
3.	Mengajak kerjasama atau memberikan tawaran menjadi deposan di Bank Akasia Mas	Banyak perusahaan belum familiar dengan Bank Akasia Mas, dan belum cukup mengenal Bank Akasia Mas. Sehingga perusahaan-perusahaan tidak merespon dengan baik	Membuka <i>booth</i> di suatu <i>event</i> atau acara untuk menambah calon nasabah baru dan memperkenalkan Bank Akasia Mas kepada masyarakat luas serta perusahaan lain	Mendapatkan beberapa <i>contact</i> calon nasabah baru, memiliki kesempatan lebih besar untuk menjelaskan secara detail tentang produk yang disediakan oleh Bank Akasia Mas	Ibu Nina
4.	Mencari calon nasabah baru dengan membagikan brosur yang berisi informasi mengenai produk yang disediakan oleh Bank Akasia Mas	Tidak begitu efektif, banyak orang mengabaikan atau langsung membuang brosur	Membagikan brosur juga sambil memberikan merchandise untuk menarik perhatian bagi orang-orang yang mau memberikan informasi nomer HP dan nama	Mendapatkan <i>channel</i> calon nasabah baru, bisa mengubunginya lebih lanjut	Ibu Nina

3.3.3 Uraian Pekerjaan

Selama proses pelaksanaan magang, penulis melakukan pekerjaan seperti :

1. Memberikan alamat untuk pengiriman surat

Pada proses pelaksanaan magang di PT. BPR Akasia Mas, tugas pertama yang diberikan kepada penulis adalah membantu bagian Teller untuk mempersiapkan alamat-alamat yang akan dikirimkan surat penting. Aktivitas ini rutin dilakukan setiap hari oleh perusahaan. Surat-surat penting tersebut bisa berupa detail cicilan yang harus dibayarkan ke perusahaan atau tagihan, lalu bisa berupa Surat Peringatan (SP) apabila bagi nasabah yang telat membayar atau belum membayarkan cicilan atau tagihan pada batas yang telah ditentukan. Surat harus dikirimkan ke alamat yang tepat, tidak boleh ada kesalahan pengiriman. Karena surat tersebut bersifat rahasia dan penting.



Sumber : Data Penulis, 2019

Gambar 3 3 Mendata pengiriman surat sesuai dengan alamat

2. Mencari calon nasabah baru (deposan)

Salah satu kegiatan rutin yang pernah penulis ikuti adalah mencari calon nasabah baru untuk melakukan deposito. Deposito sama halnya dengan produk simpanan atau tabungan, namun deposito memiliki bunga yang lebih tinggi dibandingkan dengan tabungan biasa. Deposito dalam hal penyetoran dana dan penarikan dana hanya bisa dilakukan pada waktu tertentu. Penulis beberapa kali mengikuti langsung bagaimana proses mencari nasabah baru untuk menjadi calon deposan bersama dengan koordinasi Ibu Nina selaku marketing funding PT. BPR Akasia Mas. Penulis berkesempatan mengunjungi salah satu perusahaan di daerah Jakarta Barat, yaitu Gunas Land. Penulis bersama coordinator Ibu Nina bertemu langsung dengan Bapak Ali selaku *finance staff* di perusahaan Gunas Land. Penulis dan Ibu Nina bercengkrama membahas berbagai macam bahasan lalu masuk kedalam inti pembahasan mengenai ajakan kerjasama untuk menjadi salah satu calon nasabah baru atau deposan. Penulis dan koordinasi Ibu Nina memberikan informasi yang dibutuhkan seperti *background* PT. BPR Akasia Mas, prestasi-prestasi yang didapat oleh PT. BPR Akasia Mas, serta keuntungan yang didapatkan jika bekerjasama dengan Bank Akasia Mas.



Sumber : Data Penulis, 2019

Gambar 3 4 Saat Menunggu Finance Staff Gunas Land

3. Mencari calon nasabah dengan membagikan brosur

Salah satu kegiatan yang penulis lakukan bersama koordinasi Ibu Nina, adalah membagikan brosur kepada orang-orang secara acak. Brosur yang dibagikan berisikan informasi mengenai produk dan jasa yang ditawarkan atau disediakan oleh Bank Akasia Mas. Pembagian brosur ini penulis lakukan di daerah Gading Serpong, BSD, dan Alam Sutera. Dengan pembagian brosur ini diharapkan masyarakat sekitar dapat mengetahui adanya Bank Akasia Mas yang dapat membantu atau menjadi solusi permasalahan keuangan mereka atau calon nasabah baru. Pembagian brosur ini juga menjadi salah satu cara pengenalan atau memberikan informasi yang lebih mengenai Bank Akasia Mas. Dilihat dari gambar 3.5 penulis serta Ibu Nina selaku koordinasi sedang membagikan brosur Bank Akasia Mas di Lapangan Bola di daerah Alam Sutera.



Sumber : Data Penulis, 2019

Gambar 3 5 Saat Pembagian Brosur Bersama Ibu Nina

4. Melakukan Penulisan Slip Pembukuan

Kegiatan yang penulis lakukan salah satunya membantu menuliskan pengeluaran atau pemasukan setiap hari ke dalam slip pembukuan manual. Pembukuan di Bank Akasia Mas terbagi menjadi dua metode, yang pertama menggunakan computer atau software, lalu yang kedua menggunakan manual atau tulis tangan. Pembukuan ini berfungsi untuk mengetahui setiap transaksi yang dilakukan oleh Bank Akasia Mas, sehingga tidak terjadi kesalah pahaman jika terjadi masalah. Dalam melakukan pekerjaan menuliskan pembukuan secara manual, penulis dapat mengetahui pentingnya ketelitian dalam menuliskan transaksi-transaksi yang terjadi karena jika ada kesalahan dalam penulisan atau perhitungan di dalam buku pembukuan, maka akan terjadi tidak *balance* dan itu akan merugikan banyak pihak.

2. Brand awareness yang kurang mengenai Bank Akasia Mas

Penulis bersama Ibu Nina selalu Koordinasi beberapa kali mendatangi perusahaan-perusahaan untuk mengajak kerjasama dengan Bank Akasia Mas. Kerjasama yang ditawarkan antara lain untuk melakukan deposito di Bank Akasia Mas. Deposito sama halnya dengan produk simpanan atau tabungan, namun deposito memiliki bunga yang lebih tinggi dibandingkan dengan tabungan biasa. Perusahaan yang penulis serta Ibu Nina datangi, sebagian besar kurang mengetahui Bank Akasia Mas. Perusahaan-perusahaan juga beberapa kali menanyakan hal yang sama terkait Bank Akasia Mas, misalnya menanyakan *company profile*, *finance profile*, serta letak kantor Bank Akasia Mas.

3. Membagikan brosur untuk memberikan informasi mengenai Bank Akasia Mas

Membagikan brosur adalah salah satu kegiatan yang penulis lakukan bersama dengan Ibu Nina selaku koordinasi. Brosur yang dibagikan berisikan informasi mengenai produk dan jasa yang ditawarkan atau disediakan oleh Bank Akasia Mas. Namun penulis mengalami kesulitan karena banyak orang-orang yang tidak memperdulikan brosur tersebut, selain itu beberapa orang juga menolak untuk mengambil brosur yang telah diberikan sehingga penulis tidak bisa mendapatkan *channel* baru untuk menjadi calon nasabah.

3.5 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan

Terdapat beberapa solusi atas kendala yang penulis temukan, yaitu:

1. Alamat Yang Tidak Sesuai Dengan Pengiriman Surat

Untuk mengatasi kendala atas surat-surat yang telah dikirimkan tidak sampai kepada nasabah di karenakan nasabah sudah berpindah tempat tinggal atau nomer HP tidak bisa dihubungi. Penulis melakukan pengkinian data atau *update* data terbaru nasabah-

nasabah yang ada di Bank Akasia Mas. Pengkinian data atau *update* data terbaru yang penulis lakukan dengan cara menghubungi nomor HP atau telepon yang tertera pada biodata nasabah. Penulis menghungi nomer tersebut satu per satu dan menanyakan alamat rumah yang saat ini mereka tinggali. Hal tersebut sangat efektif dan membantu penulis untuk mempersiapkan alamat pengiriman surat secara tepat. Dilihat dari gambar 3.7, beberapa nasabah sudah berpindah tempat tinggal dari alamat sebelumnya.

	A	B	C
1	NO	NAMA	KETERANGAN
2	11.	Sukidah B. Slamet	jl. Lembng baru 1 RT 004 RW 010 - CILEDUG -sudimara barat
3	14.	Tri Sulistyaningsih	jl. Permata dua C4, Pekayon - bekasi selatan
4	15.	Surya Rahadianto	perum pesona anggrek harapan, blok E4 No. 3 - Kaliabang
5	16.	anton widyanto	sibuk
6	18.	tempah	kedua nomer tdk dapat dihub. Periksa lg no. tujuan anda
7	19.	teguh iman santoso	sibuk
8	20.	suparso	nomer tidak terdaftar
9	23.	suyitno	dialihkan
10	25.	ferdinal	tidak diangkat
11	26.	mochamad zaenudin	nomer tidak terdaftar
12	32.	suyadi	tidak diangkat
13	33.	wenny paulina tan	puri kembangan A2 No. 17 RT 002 RW 008
14	34.	rocky darmawan	nomer tdk dapat dihub. Periksa lg no. tujuan anda
15	37.	didin hadianto	tidak aktif
16	38.	miau lim	FIX / TIDAK BERUBAH
17	41.	ahmad hosni safii	nomer tidak terdaftar
18	44.	tipno kardi	tidak diangkat
19	45.	farid susanto	jl. Duren No. 46A, pedurenan- tangerang RT 006 RT 002
20	46.	muhammad sholeh hoddin	tidak aktif
21	49.	honno saputro	nomer tdk dapat dihub. Periksa lg no. tujuan anda
22	50.	imam mulyana bin jamiin	nomer tdk dapat dihub. Periksa lg no. tujuan anda
23	52.	sushanti ais	tidak diangkat
24	53.	zulfikar	sibuk
25	59.	dewi istiqomah	tidak diangkat
26	60.	supandi	untuk sementara tdk dapat dihubungi
27	61.	budiyono	nomer tidak terdaftar
28	62.	casita	tidak diangkat
29	63.	mahmud marup	FIX / TIDAK BERUBAH

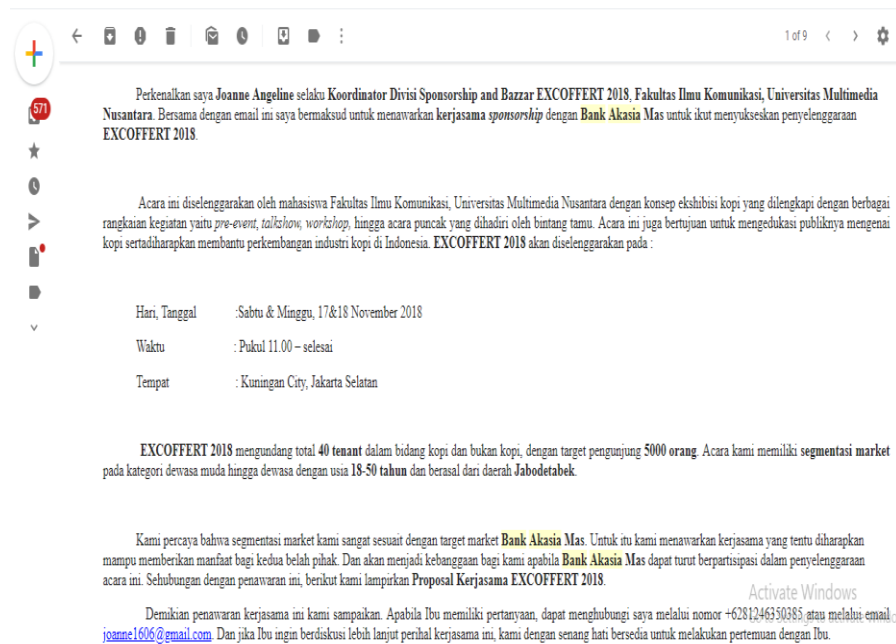
Sumber : Data Penulis, 2019

Gambar 3 7 Pengkinian Data atau Update Data Terbaru

2. *Brand awareness* yang kurang mengenai Bank Akasia Mas

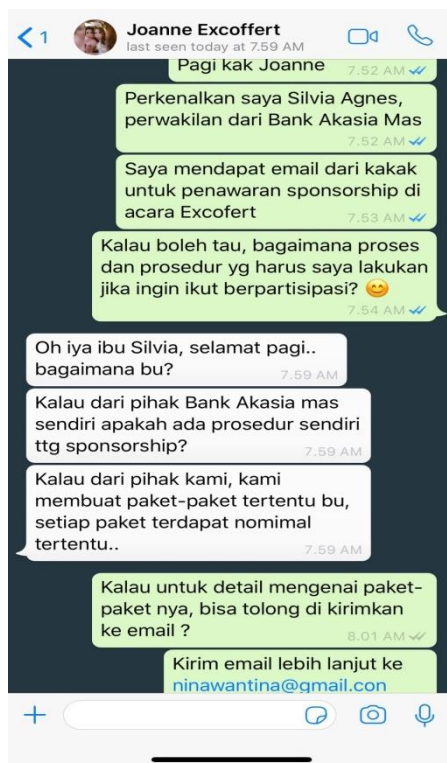
Untuk mengatasi *brand awareness* yang belum maksimal, penulis menemukan ide untuk meningkatkan *brand awareness* dan membuat strategi yang ada dengan melakukan perencanaan membuka *booth* di suatu *event* atau acara serta menjadi sponsor untuk memperkenalkan Bank Akasia Mas kepada masyarakat luas dan untuk menambah calon nasabah baru. Maka dari itu, penulis memberikan saran kepada pembimbing magang, Bank Akasia Mas untuk menjadi sponsor dan membuka booth dalam *event* “Excoffert” yang diadakan di Kuningan City Mall. Penulis melihat

ada peluang yang besar untuk mendapatkan calon deposan atau calon nasabah baru. Karena penulis melihat lokasi yang cukup strategis yang terletak di Jakarta Selatan, dan acara ini merupakan acara yang diselenggarakan oleh mahasiswa UMN (Universitas Multimedia Nusantara) jurusan Ilmu Komunikasi. Acara ini dihadiri oleh para orang tua mahasiswa dan pengunjung Kuningan City Mall. Dilihat dari Gambar 3.8, panitia *event* Excoffert mengirimkan email kepada Bank Akasia Mas untuk mengajak kerjasama menjadi salah satu sponsorship dari acara tersebut.



Sumber : Data Penulis, 2019

Gambar 3 8 Email Penawaran Kerjasama Sponsorship



Sumber : Data Penulis, 2019

Gambar 3 9 Bukti Chat Penulis Dengan Panitia Event

Dilihat dari gambar 3.9 penulis menghubungi pihak penyelenggara *event* “Excoffert” yang diadakan di Kuningan City Mall mengenai kelanjutan terkait dengan kerjasama yang akan dilakukan.

3. Membagikan brosur untuk memberikan informasi mengenai Bank Akasia Mas

Penulis membagikan brosur adalah salah satu kegiatan yang penulis lakukan bersama dengan Ibu Nina selaku koordinasi. Saat membagikan brosur penulis mengalami kendala karena banyak orang-orang yang tidak memperdulikan brosur tersebut, selain itu beberapa orang juga menolak untuk mengambil brosur yang telah diberikan. Tujuan membagikan brosur selain untuk memberikan informasi terkait dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Akasia Mas. Penulis memberikan

saran atau solusi kepada Ibu nina selaku koordinasi untuk tidak hanya membagikan brosur saja, tetapi juga memberikan *merchandise* atau hadiah jika mereka mau memberikan informasi mengenai data diri mereka. Ini adalah salah satu strategi *marketing* yang biasa dilakukan juga oleh perusahaan-perusahaan lain. Strategi diberikannya *merchandise* untuk membuat konsumen tertarik dan merasa senang. Karena tidak semua orang secara bebas memberikan data diri mereka. Data diri tersebut digunakan untuk menghubungi kembali atau tindak dari kelanjutan (*follow-up*), sehingga menambah beberapa calon nasabah baru. Dilihat dari gambar 3.10 terdapat beberapa *merchandise* yang disediakan PT. BPR Akasia Mas, seperti *notebook* dan botol air minum.



Sumber : Data Penulis, 2019

Gambar 3.10 Merchandise Bank Akasia Mas

3.6 Peran *Sponsorship* dalam meningkatkan *Brand Awareness*

Melihat kondisi persaingan industri bisnis yang semakin ketat dewasa ini, menjadikan perusahaan terus berlomba-lomba untuk menciptakan merek yang

kuat agar memiliki daya saing mengalahkan kompetitornya. Tidak berhenti disitu, perusahaan pun harus menyusun strategi untuk berkomunikasi dengan konsumen sehingga merek yang mereka mampu melekat di ingatan dan benak konsumen dengan hasil adalah dapat mencapai kesadaran merek (*brand awareness*) yang tinggi. Untuk menyampaikan pesan tersebut, perusahaan menerapkan *integrated marketing communication* dengan langkah pertama yaitu mencari *tools* yang tepat dan baik. Sekarang ini, perusahaan banyak yang menjatuhkan hati untuk menggunakan program *sponsorship* untuk meningkatkan kesadaran merek diungkapkan Gwinner *et al.*, (2008) bahwa dua tujuan penting dari *sponsorship* adalah untuk meningkatkan *brand awareness* dan untuk membangun, memperkuat dan mengubah *brand image*. Dengan *sponsorship*, yang dilakukan pada suatu *event* juga memberi dampak positif terhadap *brand awareness* yang terwujud ke dalam kemampuan konsumen untuk mengenali dan mengaitkan merek ke kategori produknya (Cornwell *et al.*, 2001)

3.6.1 Tujuan Sponsorship

Menurut Duncan (2008:391) tujuan yang hendak dicapai oleh sebuah perusahaan melalui strategi *sponsorship* :

1. Meningkatkan *brand awareness*.

Melalui *sponsorship* lewat sebuah *event*, perusahaan dapat memberikan brand dari perusahaan itu sendiri kepada *event* tersebut sehingga dapat meningkatkan *brand awareness* pada konsumen.

2. Membangun *brand image*.

Dapat membantu untuk memperkuat sebagai merek atau citra perusahaan melalui kegiatan tertentu dengan cara melakukan startegi *sponsorship*. Program *sponsorship* dirancang dengan cara membuat brand image sponsor akan mirip dengan *brand image* dari *event* yang mereka sponsori.

3. Meningkatkan atau mempertahankan hubungan.

Sponsorship memungkinkan dalam menjaga hubungan dalam suatu organisasi, baik itu di kalangan konsumen atau karyawan. Hubungan pemasaran merupakan masalah penting dalam komunikasi pemasaran, karena membantu untuk membangun loyalitas konsumen.

4. Meningkatkan penjualan.

Satu tujuan dari *sponsorship* adalah untuk meningkatkan penjualan dari *brand* perusahaan dalam *event* tersebut.

5. Melakukan promosi.

Melalui sebuah *event* pihak sponsor juga bertujuan untuk melakukan promosi, dengan tidak mengadakan acara sendiri melainkan menjadi bagian dalam sebuah *event* tertentu dalam waktu tertentu.

3.6.2 Penerapan *Sponsorship* dalam PT. BPR Akasia Mas

Untuk mengatasi *brand awareness* yang belum maksimal, penulis menemukan ide untuk meningkatkan *brand awareness* dan membuat strategi yang ada dengan melakukan perencanaan membuka *booth* di suatu *event* atau acara serta menjadi sponsor untuk memperkenalkan Bank Akasia Mas kepada masyarakat luas dan untuk menambah calon nasabah baru. Maka dari itu, penulis memberikan saran kepada pembimbing magang, Bank Akasia Mas untuk menjadi sponsor dan membuka *booth* dalam *event* “Excoffert” yang diadakan di Kuningan City Mall. Penulis melihat ada peluang yang besar untuk mendapatkan calon deposan atau calon nasabah baru. Karena penulis melihat lokasi yang cukup strategis yang terletak di Jakarta Selatan, dan acara ini merupakan acara yang diselenggarakan oleh mahasiswa UMN (Universitas Multimedia Nusantara) jurusan Ilmu Komunikasi. Acara ini dihadiri oleh para orang tua mahasiswa dan pengunjung Kuningan City Mall.

3.6.3 Hasil dari penerapan *Sponsorship* PT. BPR Akasia Mas

Hari sudah menunjukkan waktu, H (-) beberapa hari, untuk menjelang ke pembukaan event “Excoffert” yang diadakan di Kuningan City Mall dan BPR. Akasia Mas menjadi salah satu *sponsorship* di event tersebut. Penulis

bersama Ibu Nina selaku koordinasi mempersiapkan hal-hal besar seperti membuat *booth*, *loading* barang, hingga hal-hal kecil mempersiapkan brosur yang ingin dibagikan di dalam event, *merchandise* dan alat tulis yang akan digunakan dan dibagikan. Kemudian setelah sampai pada hari-H , saya bersama team menjalankan aktivitas berupa berkeliling sembari membagikan brosur, lalu mengajak para tamu undangan untuk mengunjungi ke booth PT. BPR Akasia Mas. Selama *event* ini berlangsung banyak sekali para tamu undangan bertanya-tanya mengenai *background* BPR. Akasia mas seperti apa, dan apa produk-produk yang disediakan oleh PT. BPR Akasia Mas, para tamu undangan sangat antusias berdiskusi dengan team BPR. Akasia Mas. Hingga beberapa hari kemudian, *event* telah selesai dan kami tidak mengadakan evaluasi mengenai hasil rangkuman acara setelah mengikuti *event* tersebut. Sehingga, penulis merasa perlu dilakukannya evaluasi akhir untuk mengetahui apakah *event sponsorship* ini dapat berjalan sesuai rencana dan melihat apakah tujuan utama *sponsorship* ini dapat memberikan *effect* yang bagus untuk Bank Akasia mas.